



# Finanzkrise: Wo die Deutschen sparen werden

→ **Studie von:**  
Grass Roots

→ **Ansprechpartner:**  
Guido Kiell

→ **Datum:**  
23.03.2009



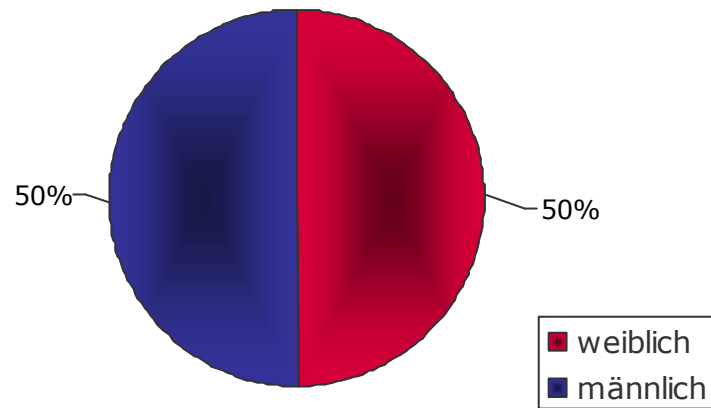
## Methodik und Design

<b>Onlinebefragung im Konsumenten-Panel der Grass Roots Performance GmbH</b>	
Anzahl der Befragten	N=1.598 (März 2009) N=1.626 (Oktober 2008)
Erhebungszeitraum	06.03.2009 bis 13.03.2009 und 02.10.2008 bis 07.10.2008
Erhebungsmethode	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online</li> <li>• Geschlossene und offene Antwortvorgaben</li> </ul>
Repräsentativität	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befragung von Bankkunden zwischen 18 und 80 Jahren</li> <li>• Bevölkerungsrepräsentativ, nach Alter und Geschlecht gewichtete Stichprobe</li> </ul>
Themen der Befragung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjektiver Informationsstand zur Finanzkrise</li> <li>• Finanzielle Betroffenheit durch die Finanzkrise</li> <li>• Geplante Änderungen im Konsumverhalten</li> <li>• Beurteilung der Informationspolitik zur Finanzkrise durch Banken</li> <li>• Vertrauen in Beratung zu finanziellen Risiken durch Banken</li> <li>• Bereitschaft zum Wechsel der Hausbank aufgrund der Finanzkrise</li> </ul>

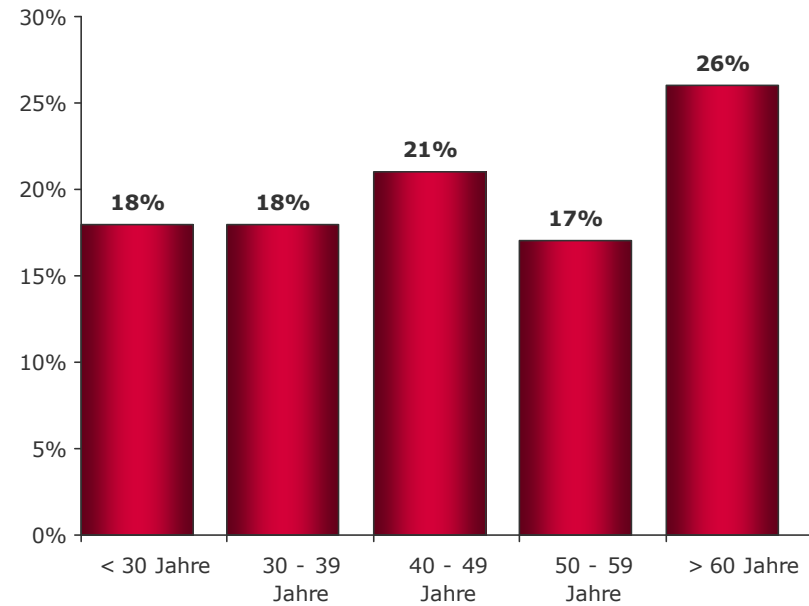


## Soziodemographie

### Geschlecht



### Alter

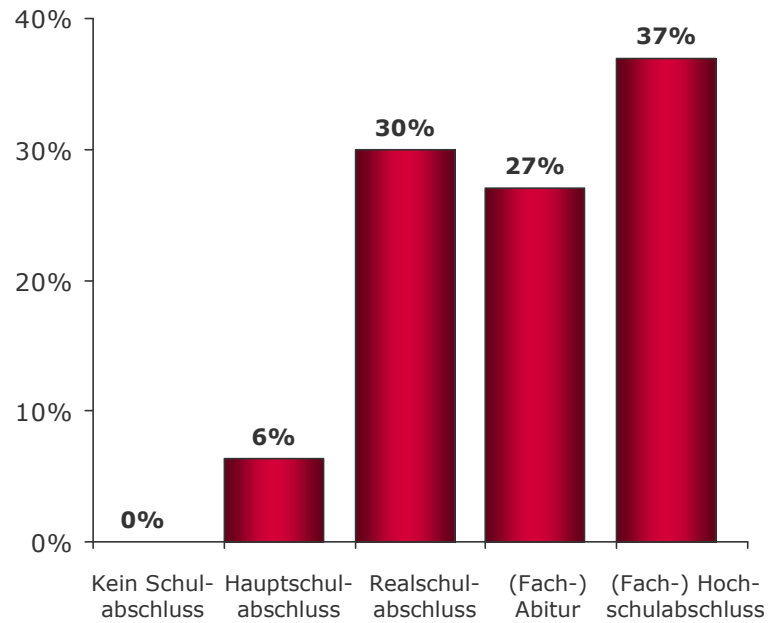


n = 1.598

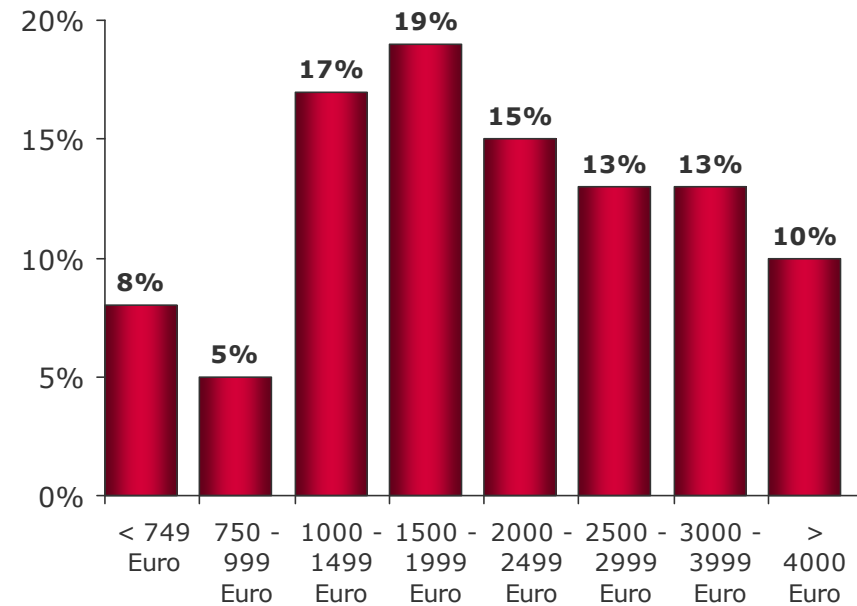


## Soziodemographie

### Schulbildung



### Verfügbares Haushaltsnettoeinkommen



n (Min) = 1.435



## Ergebnisse im Überblick

- Die Finanzkrise ist auch ein halbes Jahr nach ihrem offensichtlichen Ausbruch in aller Munde. Vor einem halben Jahr führte Grass Roots eine Umfrage unter dem Titel: „Die Deutschen und die Finanzkrise“ durch. Diese Umfrage wurde nun repliziert. Wie beurteilen die Deutschen die Finanzkrise heute, nachdem der Ausbruch einige Monate zurückliegt? Spüren die Deutschen die Krise nun deutlicher im eigenen Portemonnaie oder hat sich die erste Aufregung gelegt?
- Immer mehr Deutsche sind finanziell betroffen
  - Gegenüber der Erstbefragung im Oktober 2008 geben heute deutlich mehr Befragte an, bereits Geld durch die Finanzkrise verloren zu haben. Nur gut 57% kommen nach eigenen Angaben bislang unbeschadet davon. Im Oktober 2008 waren dies noch 74%.
- In den Köpfen dauert die Krise immer länger
  - Glaubten 2008 noch 45%, dass die Finanzkrise binnen 12 Monaten überwunden sein wird, sind dies heute nur noch 29%. 38% rechnen mit einem Ende in den nächsten zwei Jahren; 33% mutmaßen, dass es noch länger dauern könnte. Insbesondere bei jüngeren Personen ist der Optimismus umgeschlagen. Glaubten 2008 noch 52% in dieser Altersgruppe an ein Ende innerhalb von 12 Monaten, sind dies heute gerade noch 31%.
- Skepsis schlägt auf geplante Konsumausgaben durch
  - Die allgemeine Bereitschaft zur Sparsamkeit ist im vergangenen halben Jahr nur geringfügig gestiegen. 18% der Befragten schlossen im Oktober 2008 Einsparungen kategorisch aus. Ein halbes Jahr später ist dieser Anteil geringfügig auf 14% gefallen. Fragt man genauer nach, wo gespart werden soll, fallen die geplanten Einschränkungen jetzt jedoch deutlich stärker aus als noch im Oktober des vergangenen Jahres. Rund 60% der Befragten mit Sparabsichten geben heute an insbesondere bei Reisen, Mode und Elektroartikeln kürzer treten zu wollen. Im Jahr 2008 lagen diese Werte noch bei rund 40% für Elektroartikel und Reisen sowie bei 30% für Mode.



## Ergebnisse im Überblick

- Optimistischer Blick auf die Sicherheit von Ersparnissen und Geldanlage
  - Generell zeigen sich die Deutschen für die Zukunft ähnlich überoptimistisch wie noch vor 6 Monaten. Damals wie heute rechnet rund 50% der Befragten „bestimmt“ oder „wahrscheinlich“ damit, dass die persönlichen Ersparnisse und Geldanlagen nicht an Wert verlieren werden.
- Skepsis gegenüber der Beratungs- und Informationspolitik der Hausbank
  - Nur 22% der Befragten vertrauen „voll und ganz“ auf die Richtigkeit der Bankberatung hinsichtlich der individuellen Risiken durch die Finanzkrise, 17% misstrauen der Beratung. Damit bleiben diese Vorbehalte gegenüber der Beratung gegenüber Oktober 2008 praktisch unverändert. 51% der Befragten beurteilen zudem die Art und Weise, wie sie durch ihre Hausbank über die Finanzkrise informiert wurden als „schlecht“.
- Geld ist bei der Hausbank gut aufgehoben
  - Trotz Skepsis gegenüber Informationspolitik und Beratung nehmen 87% der Befragten an, dass das Geld bei ihrer Hausbank „sicher“ oder „sehr sicher“ angelegt ist. Und obwohl man mit der Informationspolitik der Banken rund um die Finanzkrise insgesamt unzufrieden ist, geben rund 87% der Befragten an, der Hausbank „wahrscheinlich“ oder „bestimmt“ treu zu bleiben.



## Anmerkungen zu den berichteten Ergebnissen

- Berichtet werden jeweils die gültigen Angaben ohne „Weiß nicht / Keine Angabe“. Die jeweils gültige Fallzahl ist mit „n“ gekennzeichnet. Hierauf beziehen sich die berichteten Prozentangaben.
- Berichtete Mittelwerte der abgefragten Bewertungen sind jeweils mit „MW“ aufgeführt.
- Bei Berechnung der Mittelwerte wurden die Antwortvorgaben wie folgt codiert:
  - „Vertraue ihr voll und ganz“ = 3, „Vertraue ihr teilweise“ = 2, „Vertraue ihr gar nicht“ = 1

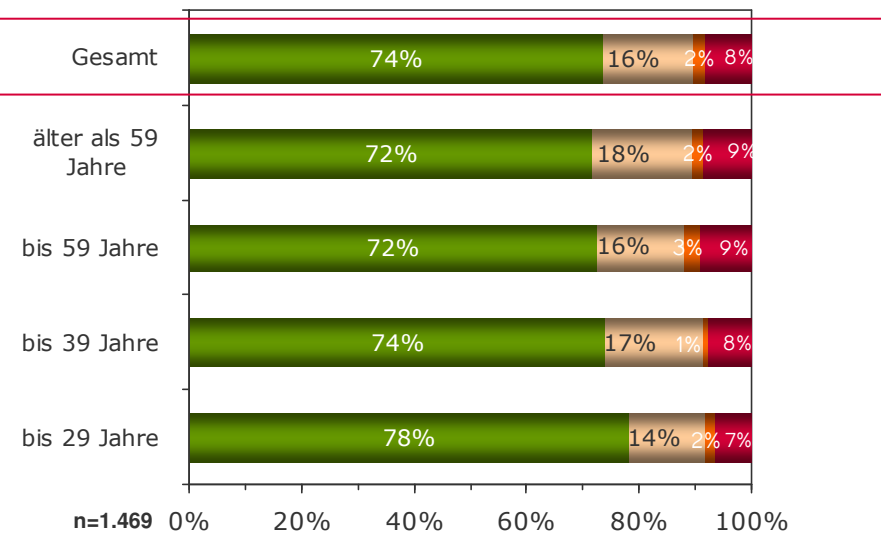
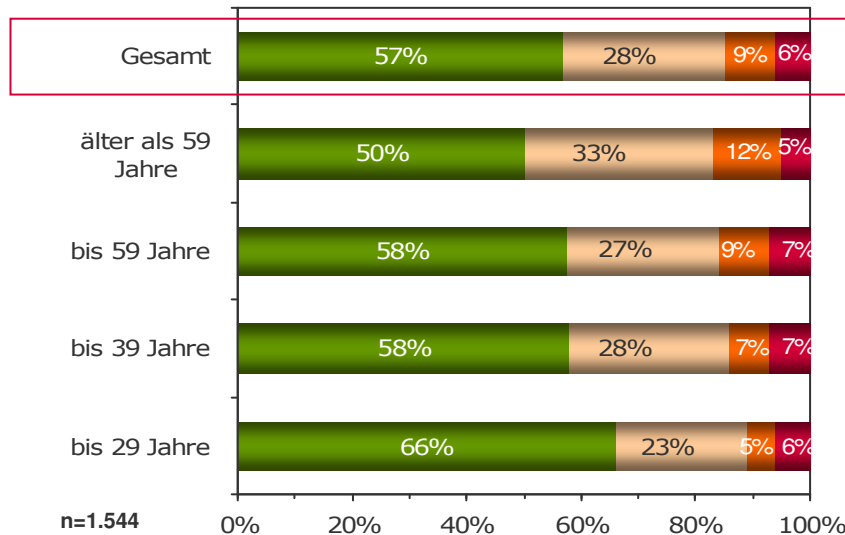
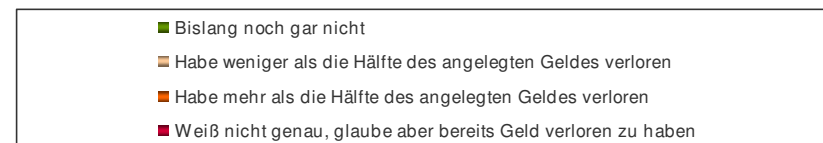
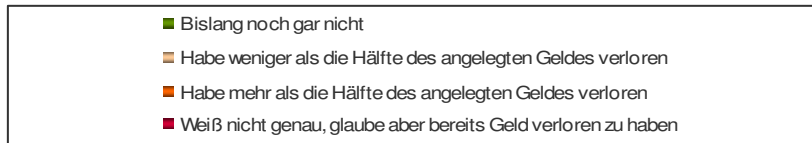


## Sind finanzielle Verluste spürbar?

Frage: Sind Ihre persönlichen Ersparnisse und Geldanlagen bereits durch die aktuelle Finanzkrise betroffen?

**März 2009**

**Oktober 2008**



➔ Deutlich mehr Befragte als noch vor sechs Monaten geben an, durch die Finanzkrise bereits Geld verloren zu haben. Vor allem ältere Anleger machten Verluste. Nur noch gut die Hälfte der älteren Anleger kam unbeschadet davon.



## Fühlen sich die Deutschen gut informiert?

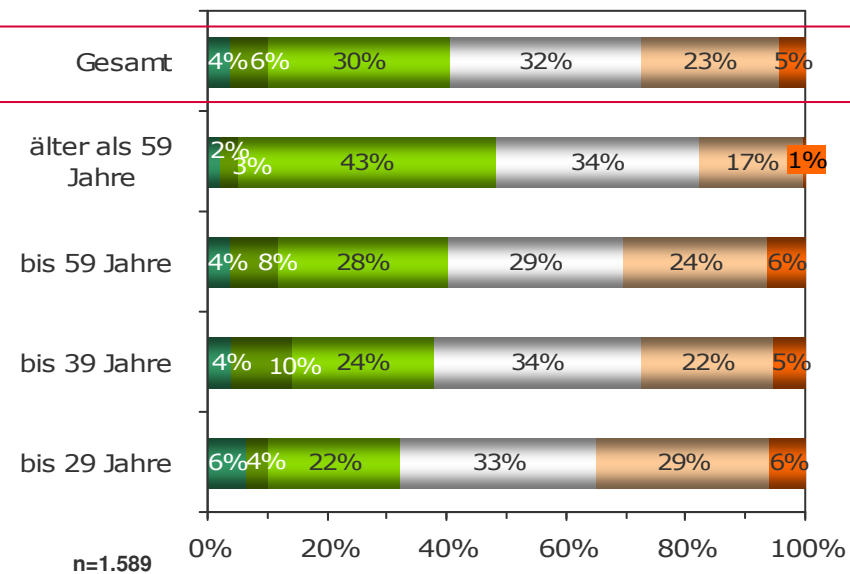
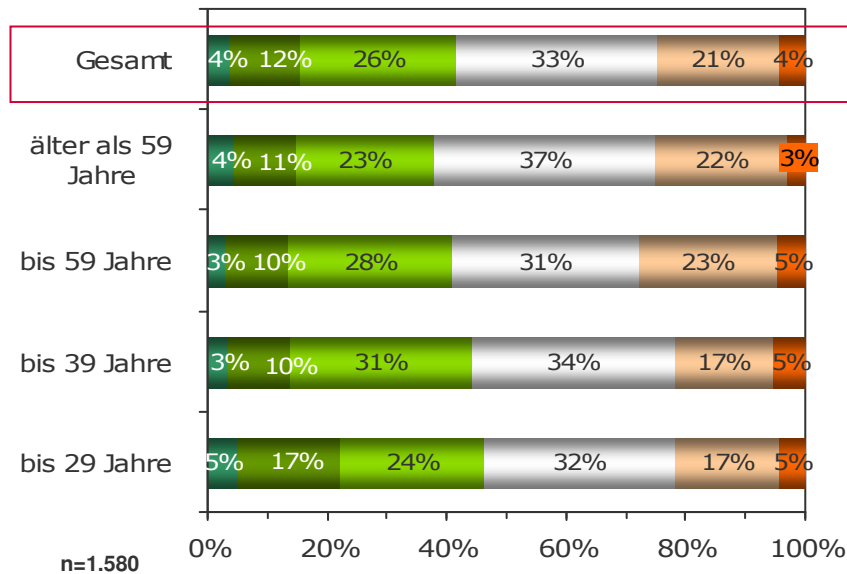
Frage: Wie gut fühlen Sie sich über Ihre individuellen finanziellen Risiken durch die Finanzkrise informiert?

**März 2009**

**Oktober 2008**

■ Ausgezeichnet ■ Sehr gut ■ Gut ■ Befriedigend ■ Schlecht ■ Gar nicht

■ Ausgezeichnet ■ Sehr gut ■ Gut ■ Befriedigend ■ Schlecht ■ Gar nicht



➔ Die Befragten fühlen sich ähnlich gut oder schlecht informiert wie vor sechs Monaten, wobei sich die meisten tendenziell nun eher „sehr gut“ als nur „gut“ informiert fühlen.

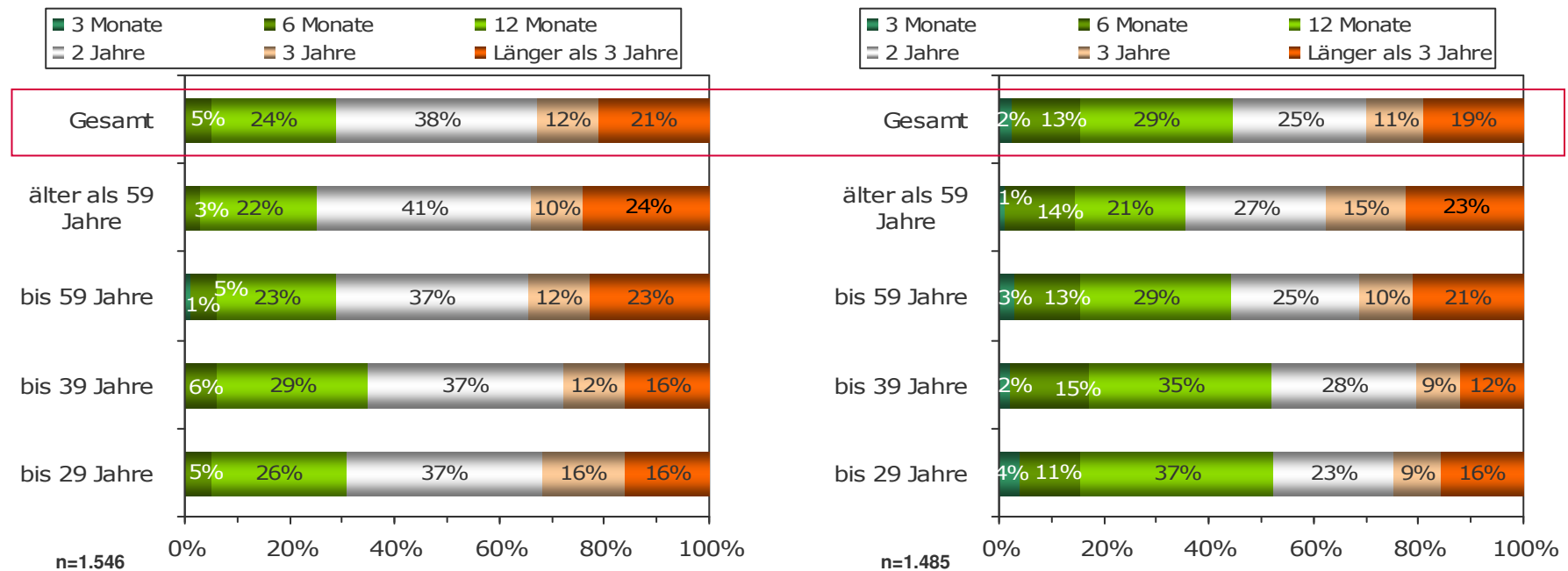


## Wie lange wird die Krise andauern?

Frage: Was erwarten Sie wie lange es dauern wird, bis sich die Finanzmärkte erholt haben und die Krise überwunden ist?

### März 2009

### Oktober 2008



➔ Die Dauer bis zur Überwindung der Finanzkrise wird gegenüber 2008 nun deutlich länger eingeschätzt. Mit deutlicher Mehrheit gehen die Befragten mittlerweile von einer Dauer von 2 Jahren oder länger aus.

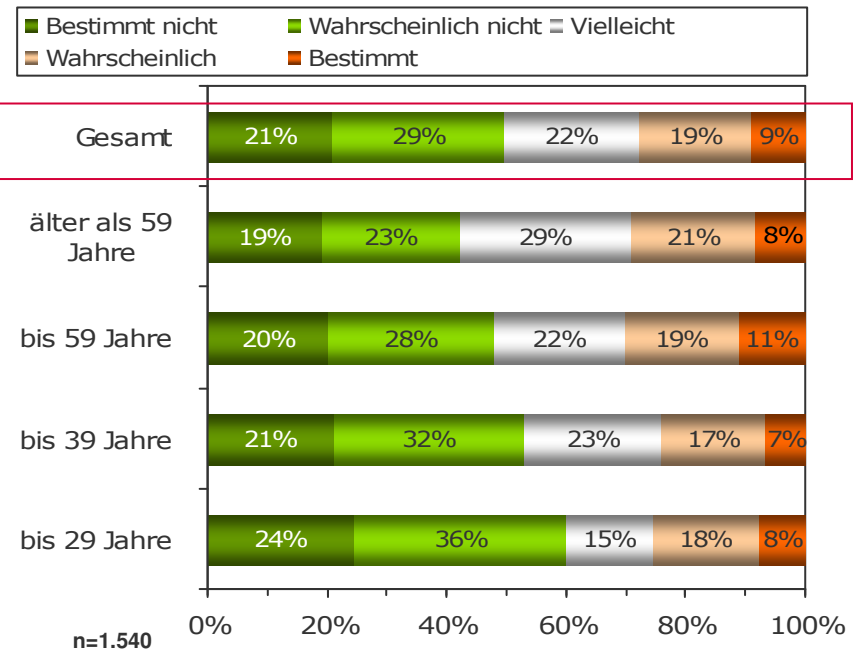
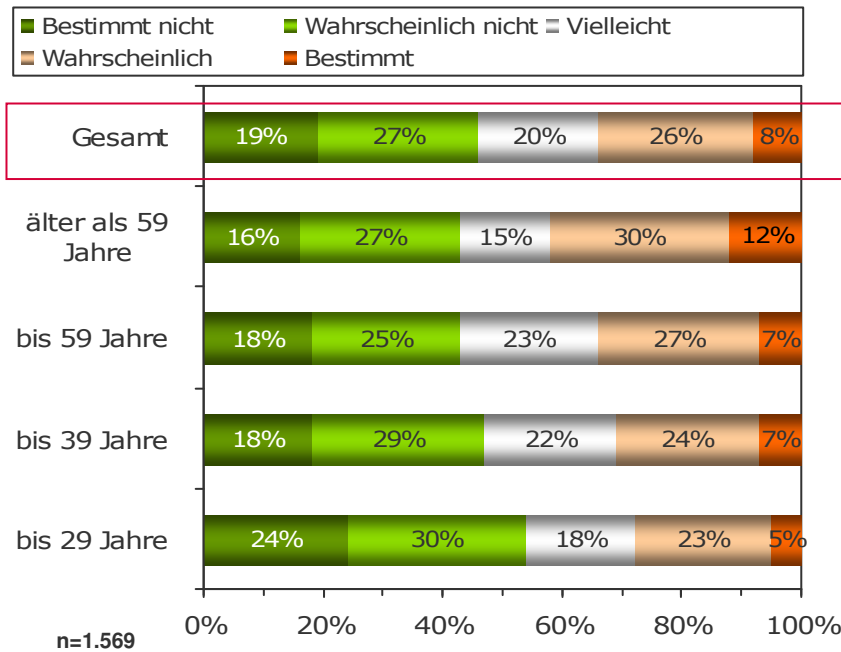


## Werden finanzielle Verluste erwartet?

Frage: Erwarten Sie, dass Ihre persönlichen Ersparnisse und Geldanlagen in den nächsten zwölf Monaten durch die Finanzkrise an Wert verlieren werden?

**März 2009**

**Oktober 2008**



➔ Weiterhin ein optimistischer Konsumentenblick in die Zukunft: Fast die Hälfte der Befragten geht davon aus, in den nächsten zwölf Monaten wahrscheinlich kein weiteres Geld durch die Finanzkrise zu verlieren.

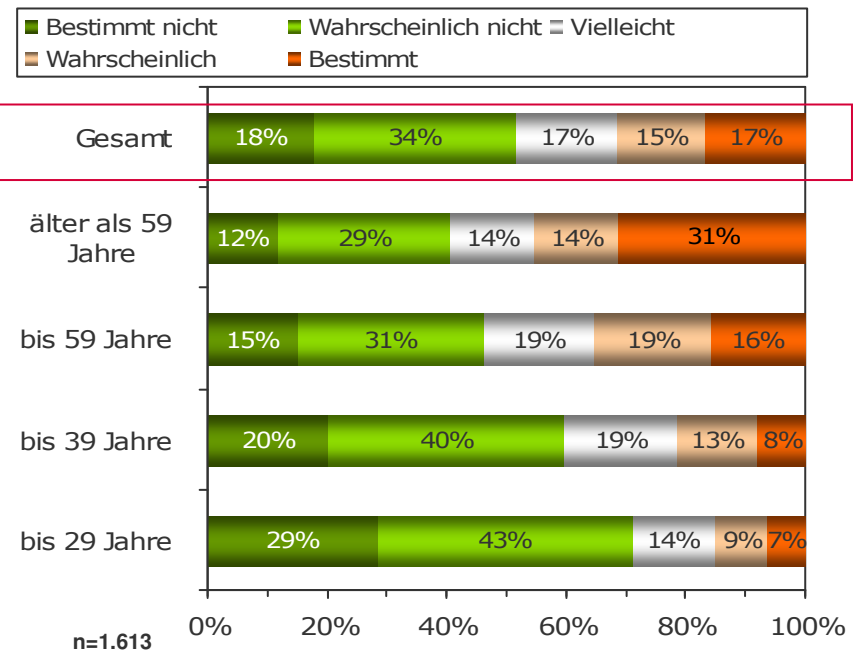
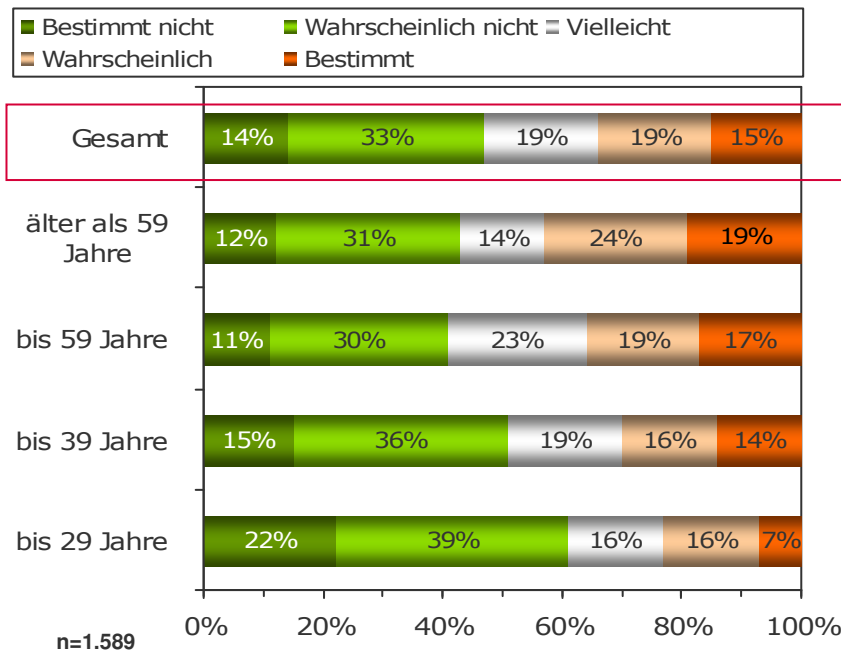


## Sind Einschränkungen beim Konsum geplant?

Frage: Planen Sie, Ihre Konsumausgaben in den nächsten 1 bis 6 Monaten aufgrund der Finanzkrise zu verringern?

**März 2009**

**Oktober 2008**



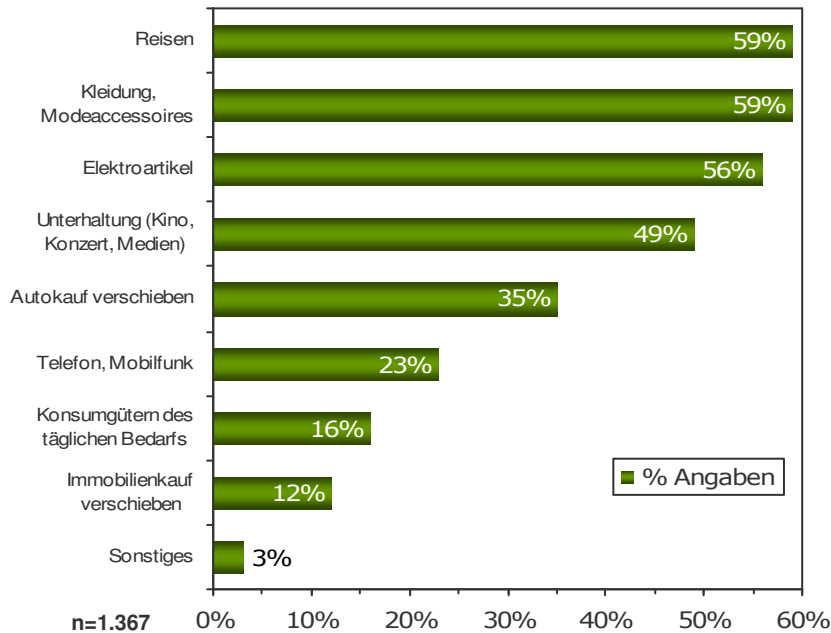
➔ Der Anteil derjenigen, die „vielleicht“ bis „bestimmt“ eine Verringerung der Konsumausgaben plant, hat sich gegenüber 2008 nur geringfügig erhöht. Deutlich vorsichtiger sind mittlerweile vor allem jüngere Menschen.



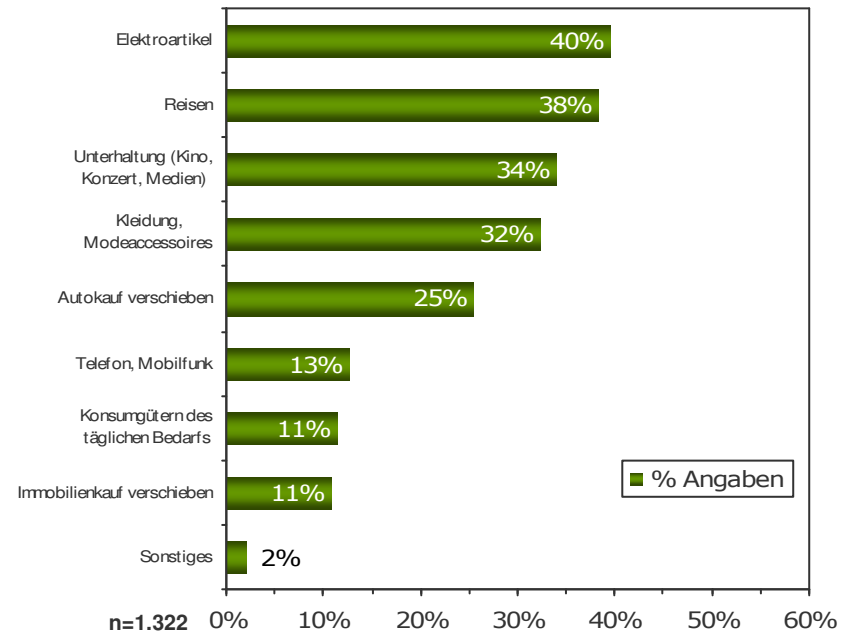
## Wo soll gespart werden?

Frage: Falls Sie Ihre Konsumausgaben in den nächsten 1 bis 6 Monaten aufgrund der Finanzkrise verringern werden, an welchen Stellen wird das sein? [Ohne Personen, die ihre Konsumausgaben „bestimmt nicht“ verringern wollen: 14% in 2009, 18% in 2008]

**März 2009**



**Oktober 2008**



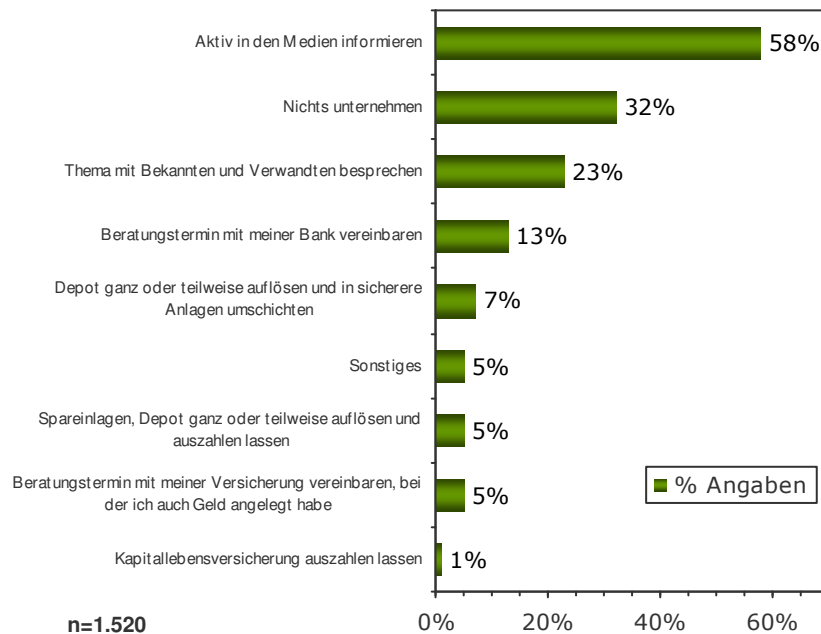
➔ Konkretisierung der Sparpläne: Kürzungen sind bei Ausgaben für Reisen, Kleidung und Mode sowie Elektroartikel geplant. Bei langlebigen Gebrauchsgütern: Gestiegene Bereitschaft zur Verschiebung des Autokaufs.



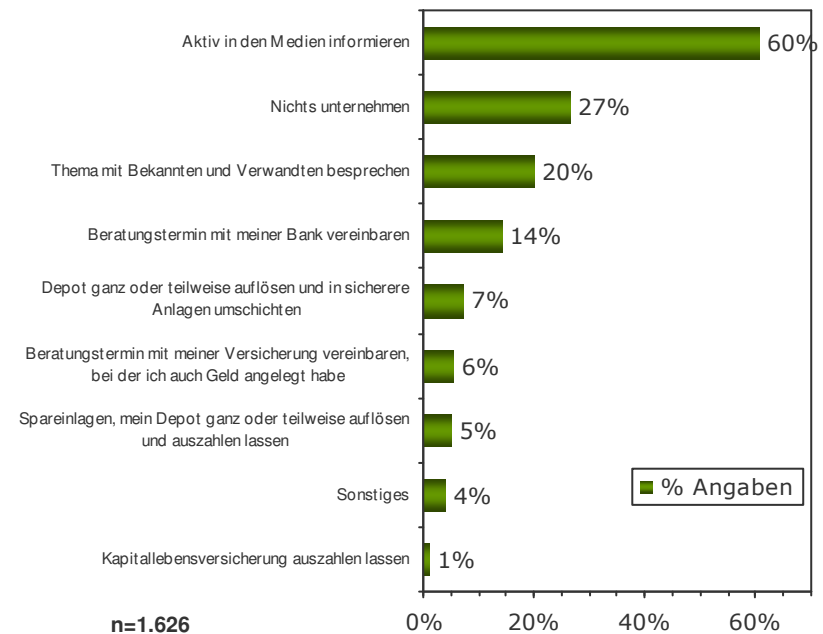
## Welche Vorbereitungen werden als Folge der Finanzkrise getroffen?

Frage: Was werden Sie in den nächsten 3 Monaten unternehmen, um sich auf mögliche Folgen der Finanzkrise vorzubereiten?

**März 2009**



**Oktober 2008**

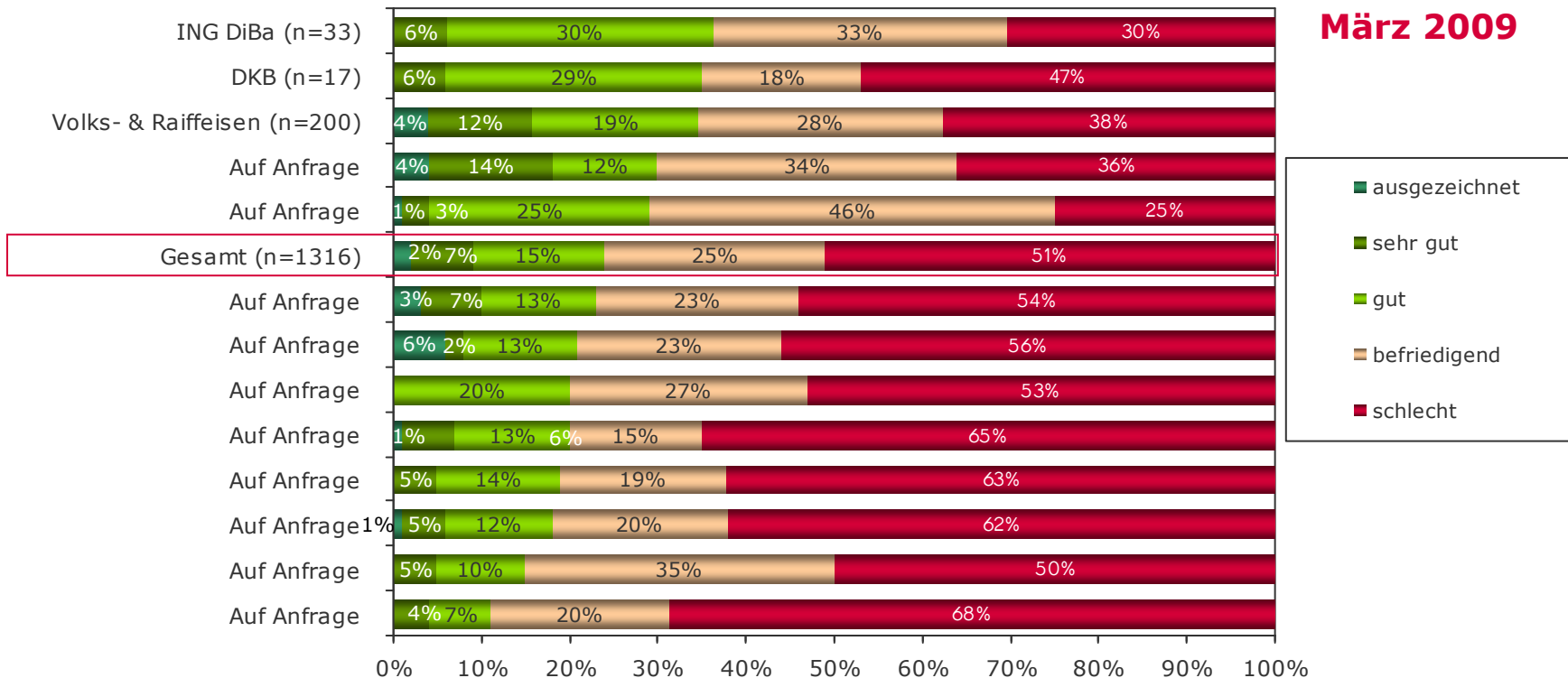


➔ Keine Veränderung im geplanten Verhalten zum besseren Umgang mit der Krise: Medien sind weiterhin wichtigster Informationskanal. Nur ein geringer Prozentsatz plant die aktive Veränderung seiner bisherigen Investments.



## Welche Bank hat gut informiert?

Frage: Wie beurteilen Sie die Art und Weise, wie Sie durch Ihre Hausbank über die Finanzkrise bislang informiert worden sind?



➔ „Gute“ bis „ausgezeichnete“ Beurteilungen der Informationspolitik zur Finanzkrise werden selten vergeben. Beste Bewertungen erhalten die Direktbanken ING DiBa und DKB sowie die Volks- & Raiffeisenbanken.

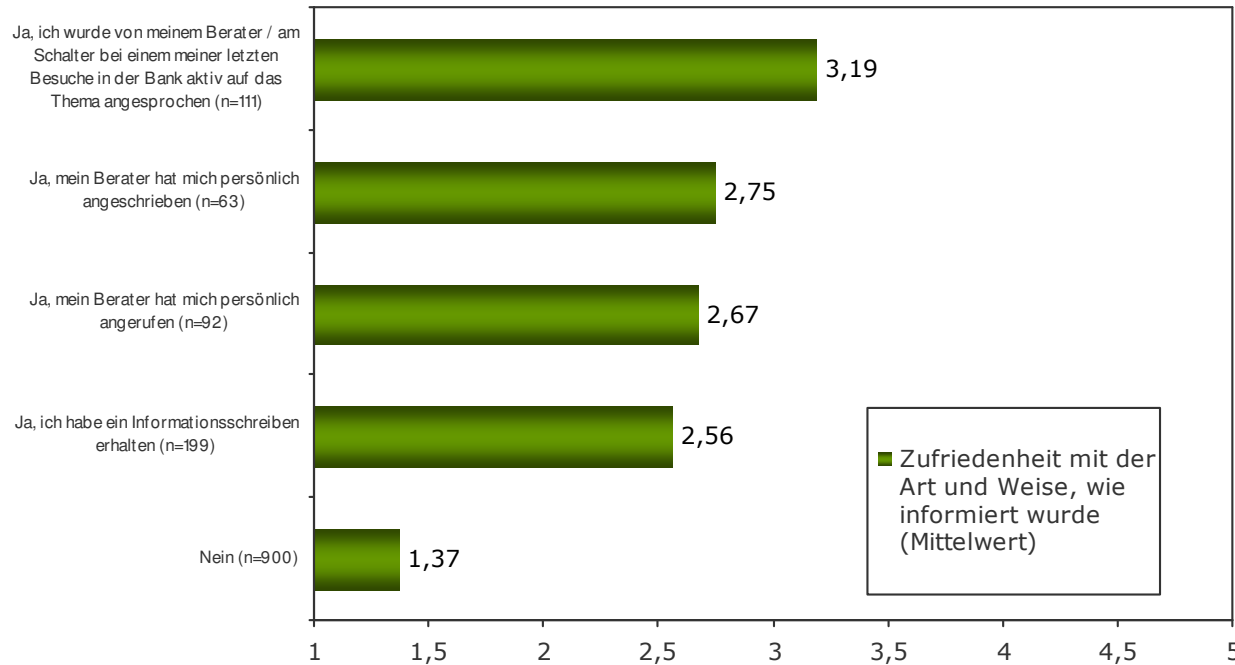


## Auf welche Art und Weise haben die Banken gut informiert?

Frage: Hat Ihre Hausbank seit Beginn der Finanzkrise Kontakt mit Ihnen aufgenommen, um Sie über Ihre persönlichen Risiken in Verbindung mit der Finanzkrise zu informieren?

Wie beurteilen Sie die Art und Weise, wie Sie durch Ihre Hausbank über die Finanzkrise bislang informiert worden sind?

**März 2009**



### Antwortcodierung

Ausgezeichnet	5
Sehr gut	4
Gut	3
Befriedigend	2
Schlecht	1

n=1.333

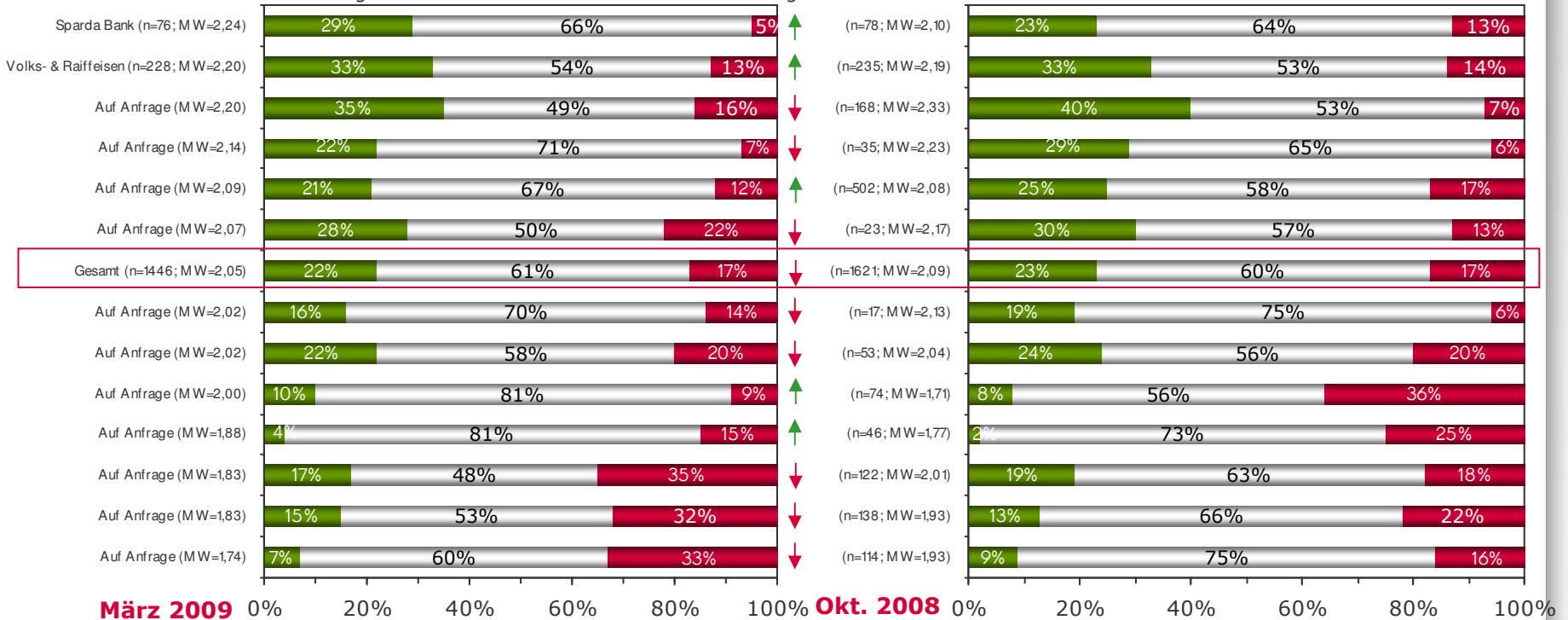
➔ Besonders positive Bewertung der Informationspolitik im Falle einer direkten Ansprache durch den Berater / am Schalter. Allerdings: Bei lediglich 111 von 1.333 Befragten ist dies bislang erfolgt.



## Vertrauen die Deutschen in die Bankberatung zu finanziellen Risiken?

Frage: Vertrauen Sie Ihrer Bank, dass sie Sie hinsichtlich Ihrer persönlichen Risiken im Rahmen der Finanzkrise richtig beraten wird? [absteigend sortiert nach Mittelwerten]

■ Vertraue ihr voll und ganz ■ Vertraue ihr teilweise ■ Vertraue ihr gar nicht



➔ Das Vertrauen in die Beratung zu finanziellen Risiken ist von Oktober 2008 zu März 2009 insgesamt unverändert geblieben. Deutlichen Vertrauenszuwachs verzeichnen Commerzbank (+0.29 Pkt.) und Sparda Bank (+0.14 Pkt.).



## Bei welcher Bank scheint das angelegte Geld sicher zu sein?

Frage: Was glauben Sie, wie sicher Ihr Geld bei Ihrer Hausbank angelegt ist? [nur Personen mit einer Geldanlage bei der Hausbank]

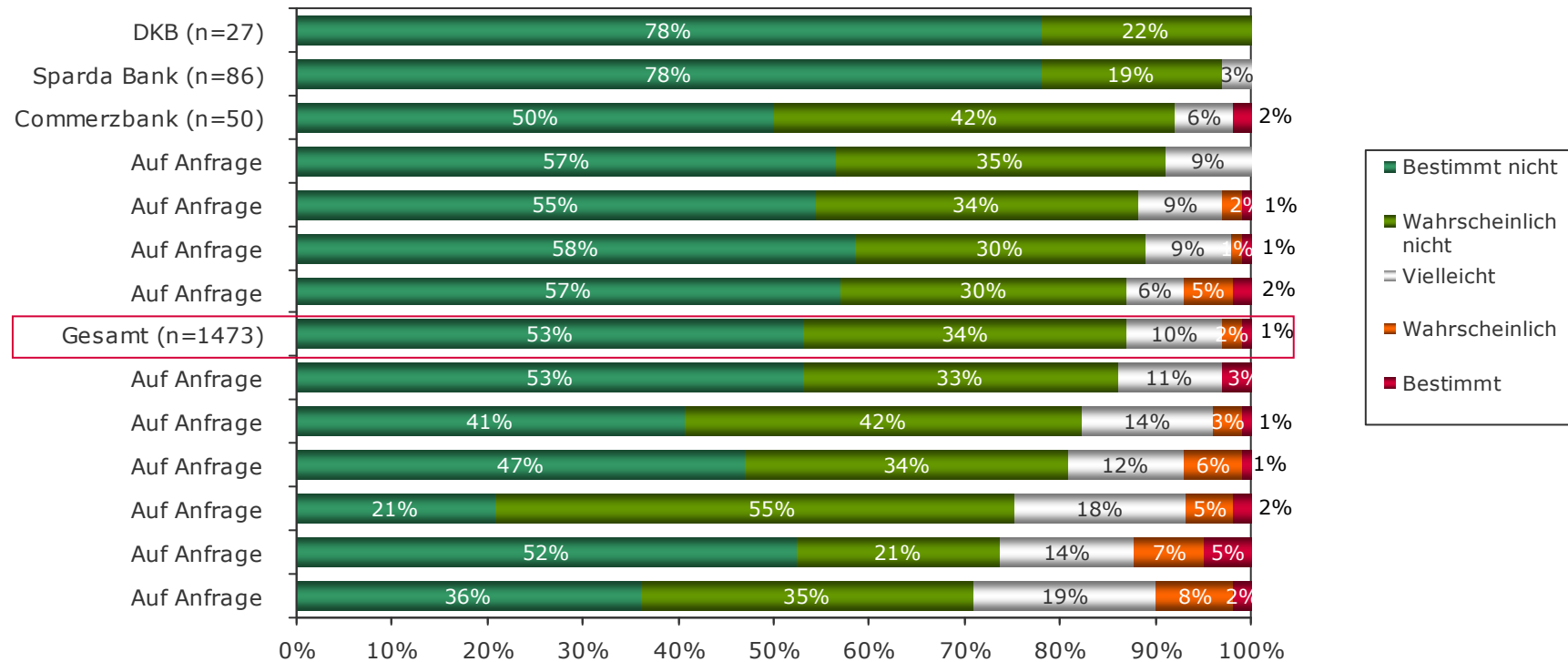


➔ Die Deutschen sind mehrheitlich davon überzeugt, dass ihr Geld bei der Hausbank sicher angelegt ist. Insbesondere bei DKB, Sparda Bank und den Sparkassen haben daran nur wenige der befragten Kunden Zweifel.



## Welcher Bank bleiben die Kunden treu?

Frage: Planen Sie, aufgrund der Finanzkrise, Ihre Hausbank in den nächsten 1 bis 6 Monaten zu wechseln?



➔ Trotz mancher Unzufriedenheit mit der Informationspolitik zur Finanzkrise: Kunden planen ihrer Bank treu zu bleiben. Besonders loyal sind Kunden von DKB, Sparda Bank und Commerzbank.

## Über uns – Grass Roots Group

Grass Roots ist ein **Globales Unternehmen**

- Inhaber geführt – 1980 gegründet
- Vertreten in 16 Ländern weltweit
- 355 Mio EUR Umsatz im Geschäftsjahr 2007/2008
- Mehr als 2.000 Kunden
- Mehr als 1.000 Mitarbeiter





## Über uns- Grass Roots in Deutschland

- Performance Improvement Unternehmen
- Sitz in Köln und Düsseldorf
- Gründung 1998
- Mitarbeiteranzahl: 40 in Köln und 40 in Düsseldorf
- In Köln Schwerpunkt in den Services:
  - Messsysteme
  - Lernprogramme
  - Rewards
- In Düsseldorf Schwerpunkt in den Services:
  - Communication
  - Events



## Unser Ansatz - Performance Improvement

### 1. Was erwartet der Kunde?

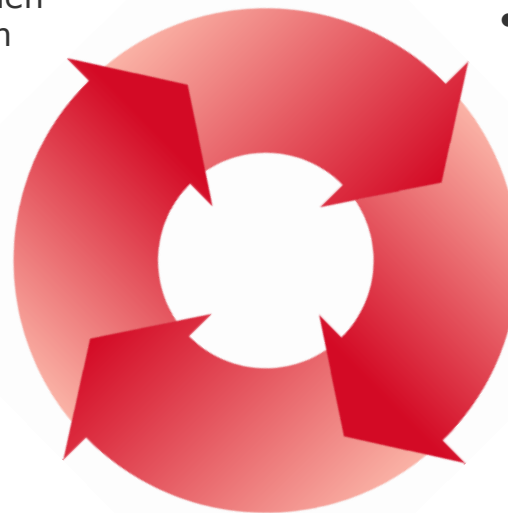
- Messbar z.B. durch Kundenzufriedenheitsmessungen

### 2. Was erlebt der Kunde?

- Messbar z.B. durch Kundenzufriedenheitsmessungen, Mystery Research Messungen, Prozessanalysen

### 5. Motivieren, Anerkennen, Belohnen

- Reward & Recognition Programme
- Incentive-Programme



### 3. Programme zur Organisationsentwicklung

- Präsenz-Trainings
- Coachings
- Distance-Learning (E-Learning)

### 4. Umsetzung und Erfolgskontrolle

- Kundenzufriedenheitsbefragung
- Mystery Shopping/-Calling
- Hotline Evaluation
- Kennzahlenanalyse



# Vielen Dank für Ihr Interesse!



**Kontakt:**

Guido Kiell

Grass Roots Performance GmbH  
Schanzenstr. 36  
51063 Köln

Fon +49 (0)221 4745-780  
Mobil +49 (0)177 4261 841  
Fax +49 (0)221 4745-200

Email: [kiell@grassroots-performance.com](mailto:kiell@grassroots-performance.com)  
[www.grassroots-marktforschung.de](http://www.grassroots-marktforschung.de)

Amtsgericht Köln, HRB 31789, Finanzamt Köln-Nord  
Steuer Nr. 217/57820460, Umsatzsteuer-ID 201 517 421  
Geschäftsführer:  
Johannes Broscheid-Vogt, Stephan Dellbrügge,  
Nigel Cover, David Evans